

# **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS EKONOMI KREATIF PADA SEKTOR PARIWISATA DI KABUPATEN MAROS**

**Mutmainnah Ilyas**

## ***Abstract***

*This research is a qualitative descriptive study where the general problem is how the strategy of developing the creative economy business is particularly in the tourism sector in Maros Regency and how it is external and internal in the development of creative economy-based businesses in Maros Regency. Based on this study aims to determine the role of the creative economy in developing business in the tourism sector in Maros Regency. The subject of this research is the service of culture and tourism in maros regency which consists of creative economic fields in which there are creative economy development section, HR section and creative economic institutions and creative economic facilities and infrastructure section and data collection is done by observation, interviews, and documentation. The data analysis technique used is data reduction, data presentation, verification or inference of data, SWOT analysis. The results of this study indicate that the creative economic endeavors in the tourism sector in Maros Regency have been implemented in 2017 in this case the Maros Regency Culture and Tourism Agency in business development carried out several programs namely entrepreneurial management training, workshops, exhibitions, attractions. and regarding the place of government efforts to issue a private permit to open a business if the area is included in the tourism area, then every effort they make must emerge a characteristic of Maros Regency. Furthermore, in the promotion process in introducing products that are owned by have through social media, the website is [www.visitmaros.com](http://www.visitmaros.com). Regarding accessibility in forging travel places have been very supportive except for areas that are very far from the capital city. At the security of the Maros Regency Culture and Tourism Office, they set up security guards, Satpol PP, Kostrad and policemen. It can be concluded that currently Maros Regency is developing a creative economy in the business sector, especially in the tourism sector which consists of business, accessibility, attractions, HR, and promotions.*

**Keywords:** *Business Development, Creative Economy, Tourism*

## ***Abstrak***

*Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dimana masalah umum bagaimana strategi pengembangan usaha ekonomi kreatif ini khususnya pada sektor pariwisata di Kabupaten Maros dan bagaimana faktor eksternal dan internalnya dalam pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Maros. Berdasarkan itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran ekonomi kreatif dalam mengembangkan usaha pada sektor pariwisata di Kabupaten Maros. Subyek penelitian ini adalah dinas kebudayaan dan pariwisata di kabupaten maros yang terdiri dari bidang ekonomi kreatif yang didalamnya terdapat seksi pengembangan ekonomi kreatif, seksi SDM dan kelembagaan ekonomi kreatif dan seksi sarana dan prasarana ekonomi kreatif dan pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, verifikasi atau penyimpulan data, analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha ekonomi kreatif pada sektor pariwisata di Kabupaten Maros sudah di terapkan pada tahun 2017 dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten*

*Maros dalam pengembangan usaha melakukan beberapa program yaitu pelatihan manajemen wirausaha, workshop, pameran, atraksi. dan mengenai tempat usaha pemerintahan mengeluarkan surat prizinan membuka usaha apabila daerah tersebut masuk dalam kawasan pariwisata, kemudian setiap usaha yang mereka buat harus memunculkan ciri khas dari Kabupaten Maros. Selanjutnya pada proses promosi dalam memperkenalkan hasil produk yang di mililiki melalui media sosial adapun websitenya yaitu [www.visitmaros.com](http://www.visitmaros.com). Mengenai akseibilitas dalam menempu perjalanan tempat wisata sudah sangat mendukung kecuali daerah yang tempatnya sangat jauh dari ibu kota. Pada pengamanan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros menyiapkan satpam, Satpol PP, kostrad sekaligus polis dapat disimpulkan bahwa saat ini Kabupaten Maros sedang mengembangkan ekonomi kreatif pada bidang usaha terkhusus pada sektor pariwisata yang terdiri dari usaha, akseibilitas, atraksi, SDM, dan promosi.*

**Kata Kunci : Pengembangan Usaha, Ekonomi Kreatif, Pariwisata**

## **PENDAHULUAN**

Dalam era modern ini perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi yang begitu maju dari tahun ketahun yang mengakibatkan munculnya berbagai inovasi baru dalam meningkatkan kemampuan pengembangan usaha dengan tingkat persaingan yang tinggi memaksa untuk selalu memunculkan ide yang kreatif dalam pengembangan usaha baik dalam sektor pengiklanan, wisata alam, arsitektur, pembangunan, industri,kuliner makanan maupun hal lain yang berhubungan dengan usaha.

Adapun pengembangan ekonomi lokal sendiri pada prinsipnya merupakan suatu proses ketika aktor-aktor didalam komunitas baik kota, wilayah regional, maupun kota-kota besar seperti pemerintah, swasta dan masyarakat bekerja sama secara kolektif untuk menciptakan kondisi pembangunan ekonomi dan pertumbuhan generasi yang lebih baik. Melalui proses ini diciptakan suatu dan dikembangkan suatu budaya kewirausahaan yang dinamis, serta kesejahteraan komunitas dan usaha dalam rangka meningkatkan kualitas hidup bagi semua yang berada dalam komunitas.

Dengan kondisi yang sekarang ini dimasa globalisasi yang menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat pemerintah dituntut untuk dapat mengembangkan usahanya dengan melakukan strategi dalam pengembangan usahanya dalam meningkatkan produktifitas, daya saing tinggi, keuntungan, mengurangi kerugian, mendapatkan lebih banyak pelanggan, memperluas pasar, menjadi lebih terlihat di masyarakat, go public atau sejumlah barang lain yang dianggap di inginkan karena melihat kenyataan yang ada pada saat ini di Indonesia dalam perkembangan usaha mengalami pasang surut dan sering mengalami kemunduran sehingga banyaknya usaha yang tutup atau mengalami kerugian dikarenakan tidak mampu mengelola dengan baik dengan sumber daya yang dimiliki. Adapun salah satu strategi pengembangan usaha yang baik diterapkan dalam meningkatkan perekonomian dalam suatu daerah adalah strategi pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif.

Tofler (1980) dalam teorinya melakukan pembagian gelombang peradaban ekonomi kedalam tiga gelombang. Gelombang pertama adalah gelombang ekonomi pertanian, kedua gelombang ekonomi industri, ketika adalah gelombang ekonomi informasi. Kemudian diprediksikan gelombang ke empat yang merupakan ekonomi kreatif telah memasuki perekonomian Indonesia pada saat ini. Ekonomi kreatif yang melibatkan para creator dan

pencetus ide sangatlah dibutuhkan. Manusia harus mampu mewujudkan ide dan kreativitas yang miliknya sebagai wujud sari reaksi fenomena yang terjadi dalam bidang ekonomi tersebut maka muncul ekonomi kreatif sebagai alternatif pembangunan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Ekonomi kreatif adalah era ekonomi yang berfokus pada kreativitas dan informasi. Dalam ekonomi kreatif, modal utama yang diperlukan adalah wawasan luas dan ide yang dimiliki oleh Sumber Daya Manusia (SDM), kedua faktor tersebut menjadi modal utama yang digunakan manusia dalam menghadapi era ekonomi kreatif saat ini.

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep ekonomi baru yang ada saat ini. Konsep baru dalam bidang ekonomi ini mengacu pada pemanfaatan informasi dan sumber daya manusia sebagai acuan yang utama. Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama (Wikipedia Bahasa Indonesia). Howkins menjelaskan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang karena bagi masyarakat ini menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan.

Peran ekonomi kreatif pada perekonomian ekonomi dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan usaha di Kabupaten Maros khususnya pada sektor pariwisata. Pariwisata memiliki peran yang besar dalam pembangunan nasional, karena selain menghasilkan pendapatan dan sekaligus sebagai penghasil devisa, sektor pariwisata berkaitan erat dengan penanaman modal asing. Turis-turis yang datang adalah mereka yang berhubungan bisnis dengan Indonesia. Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menguasai objek dan daya tarik wisata, usaha barang pariwisata dan usaha lain yang terkait dengan bidang tersebut. Industri pariwisata adalah suatu susunan organisasi, baik pemerintahan maupun swasta, yang terkait dalam pengembangan, produksi dan pemasaran produk suatu layanan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang sedang bepergian (Deddy, 20014 : 413). Pariwisata di daerah sangatlah banyak jika mampu memanfaatkan potensipotensi yang ada, pemerintah dan masyarakat daerah saling membantu dalam pengembangan sehingga akan mengangkat segi ekonomi budaya dan pendidikan daerah itu. Pariwisata sangatlah mampu dalam mengatasi masalah kesejahteraan bila dikembangkan secara proporsional.

Dimana di ketahui bahwa pariwisata di Kabupaten Maros terdiri dari beberapa tempat bersejarah dan tempat wisata yang dapat menarik minat baik dalam masyarakat Maros maupun masyarakat yang ada di luar di antaranya Wisata Alam Bantimurung, Taman Purbakala dan Prasejarah Leang-Leang, Penangkaran Kupu-Kupu Bantimurung, Goa Pattunuang, Goa Mimpi, objek wisata Bulu Sipong, objek wisata Bonto Somba, Cagar Alam Karaenta, Pantai Tak Berombak, Objek Wisata Ta'daeng, Sungai Pute, Air Panas Rea Toa, objk wisata Leang Panninge, objek wisata Batu Karst Rammang-Rammang. Dengan berbagai wisata yang di Kabupaten Maros yang memiliki potensi wisata alam yang eksotis, eksotisme alam yang membawa Kabupaten Maros menjadi salah satu destinasi wisata baik internasional maupun domestik.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Fokus penelitiannya adalah tentang strategi pengembangan usaha yang ada di daerah Kabupaten Maros dalam hal ini sektor pariwisata berbasis ekonomi kreatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan

adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dan pada teknik analisis datanya dengan melakukan penyajian data, reduksi data, dan penarikan kesimpulan dan menggunakan teknik analisis SWOT.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan usaha yang ada pada sektor pariwisata di Kabupaten Maros menjadi perhatian khusus bagi pemerintah Kabupaten Maros dengan di ketahui bahwa Kabupaten Maros memiliki beberapa kawasan pariwisata yang indah dan harga biaya masuk yang terjangkau sehingga layak di kunjungi oleh masyarakat baik.

Masyarakat daerah, luar daerah bahkan sampai masyarakat asing di mana dalam kunjungan para wisatawan ini dapat menjadi faktor penting dalam pembangunan ekonomi suatu daerah dan sumber pendapatan bagi Kabupaten Maros selain itu aksesibilitas dalam menjangkau setiap pariwisata yang ada di Kabupaten Maros sudah mampu di jangkau dengan mudah baik itu dengan menggunakan transportasi darat maupun transportasi air walaupun masih ada beberapa wisata yang sulit untuk di jangkau yaitu jaraknya yang sangat jauh dari ibu kota, di lihat dari segi keamanan setiap sektor pariwisata memiliki penjagaan yang ketat karena memiliki security, satpol pp, kostrad sekaligus polis dalam menjaga keamanan, sedangkan dalam hal pengembangan promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros melakukan penyebaran informasi dengan melalui media sosial seperti website, facebook dan media lainnya adapun nama websitenya yaitu [www.visitmaros.com](http://www.visitmaros.com) . kemudian pada pengembangan SDM setiap pegawai yang di rekrut adalah pegawai yang sudah mempunyai pengalaman di bidangnya dan adanya pelatihan yang di khususkan untuk pegawai. Dengan wisatawan-wisatawan yang datang menumbuhkan rasa jiwa wirausaha masyarakat setempat untuk mengembangkan berbagai jenis usaha yang mereka buat baik itu jenis usaha makanan, minuman, penginapan, transportasi dan jenis usaha lainnya yang berhubungan dengan sektor pariwisata.

**Tabel 4.1**  
**Rekapitulasi Jumlah Usaha Pertahun**

NO	Jenis Jualan	Tahun			Keterangan
		2016	2017	2018	
1	Makanan	32	41	58	
2	Cafe	43	51	51	
3	Kue/Gorengan	4	7	12	
4	Kelontong	4	5	5	
	<b>Jumlah</b>	<b>83</b>	<b>104</b>	<b>126</b>	

*Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah usaha pertahun mengalami perkembangan dengan dilihat dari usaha makanan dan cafe yang lebih banyak di dirikan di bandingkan dengan usaha kue dan kelontongan.

### 1. Matriks SWOT

#### 1. Strategi *Strenth* (kelebihan)

Strength merupakan situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan pengaruh positif pada saat ini atau di masa yang akan datang.

- a. Adanya peraturan pemerintah tentang ekonomi kreatif pada sektor pariwisata
- b. Terdapatnya instansi yang menangani tentang pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif
- c. Lokasi yang strategis untuk usaha
- d. Adanya beberapa program dalam pengembangan usaha
- e. Memiliki sistem keamanan yang baik
- f. Setiap usaha memiliki ciri khas Kabupaten Maros
- g. Adanya program pengembangan sumber daya manusia
- h. Memiliki aksesibilitas yang baik

2. Strategi *weaknes* (kelemahan)

Weaknes merupakan situasi atau kondisi yang merupakan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan pengaruh negatif pada saat ini ataupun di masa yang akan datang.

- a. Kejelasan kepemilikan tempat masih belum ada dalam pendirian usaha
- b. Kurangnya kerja sama antara pemerintah dengan swasta dan akademisi dan masyarakat
- c. Kurangnya pengetahuan dalam hal pengelolaan hasil produksi
- d. Masih kurangnya dalam hal promosi atau pemasaran hasil produksi

3. Strategi *opportunities* (peluang)

*Opportunities* merupakan situasi atau kondisi yang merupakan peluang atau kesempatan di luar perusahaan atau organisasi yang bisa memberikan peluang untuk berkembang di kemudian hari.

- a. Kebijakan dan program yang dapat mendorong penataan dan pemberdayaan masyarakat
- b. Perkembangan lokasi usaha
- c. Infrastruktur yang sangat mendukung
- d. Hasil produksi yang berkembang

4. Strategi *treath* (ancaman)

Treath merupakan ancaman-ancaman apa saja yang mungkin akan di hadapi oleh perusahaan atau organisasi yang bisa menghambat laju perkembangan dari perusahaan atau organisasi tersebut

- a. Banyaknya minat masyarakat dalam membuka usaha di sekitar kawasan pariwisata mengakibatkan tidak teraturnya usaha-usaha yang ada di sana
- b. Masih ada beberapa aksesibilitas yang sulit di tempuh

Setelah mengklasifikasi berbagai kemungkinan dari faktor Internal dan faktor eksternal dan agar mudah menemukan hasil analisis maka di gunakanlah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang di hadapi perusahaan dapat di sesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategis yaitu sebagai berikut :

<div style="text-align: center;"> <b>Faktor Internal</b> </div>	<div style="text-align: center;"> <b>Kekuatan (S)</b> </div> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat peraturan tentang pemerintah tentang ekonomi kreatif sektor pariwisata.</li> <li>2. Terdapat instansi pemerintah yang menangani tentang pengembangan usaha ekonomi kreatif.</li> <li>3. Memiliki lokasi yang strategis yang dapat di tempuh.</li> <li>4. Adanya program pengembangan usaha dengan mengadakan sosialisasi, workshop manajemen wirausaha, pameran, atraksi dan pekan ekonomi kreatif.</li> <li>5. Sistem keamanan yang baik</li> <li>6. Menggambarkan ciri khas kabupaten maros setiap jenis usaha.</li> <li>7. Pengembangan sumber daya manusia.</li> </ol>	<div style="text-align: center;"> <b>Kelemahan (W)</b> </div> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kejelasan kepemilikan tempat masih belum ada.</li> <li>2. Kurangnya kerjasama antara pemerintah dengan swasta dan akademisi dan masyarakat.</li> <li>3. Pengelolaan dan pemasaran</li> </ol>
	<div style="text-align: center;"> <b>Faktor Eksternal</b> </div>	
<div style="text-align: center;"> <b>Peluang (O)</b> </div> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebijakan dan program yang dapat mendorong penataan dan pemberdayaan masyarakat.</li> <li>2. Perkembangan lokasi usaha</li> <li>3. Infrastruktur yang mendukung.</li> <li>4. Hasil produksi yang berkembang</li> </ol>	<div style="text-align: center;"> <b>Strategi S-O</b> </div> <p>Meninjau ulang tentang program dan kebijakan dalam pengembangan usaha pada sektor pariwisata di kabupaten maros.</p>	<div style="text-align: center;"> <b>Strategi W-O</b> </div> <p>Meningkatkan kemitraan pemerintah dengan para usahawan</p>

Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<p>1. Banyaknya minat masyarakat dalam membuka usaha di sekitar kawasan pariwisata mengakibatkan tidak tereturnnya usaha-usaha yang berada di sana.</p> <p>2. Masih ada beberapa aksesibilitas yang sulit di tempuh.</p>	Memfasilitasi ruang usaha dan rasa aman baik para usahawan maupun masyarakat	Meningkatkan dan mengoptimalkan sarana dan prasarana di Pariwisata di Kabupaten Maros

a. Strategi SO

Strategi ini di buat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya antara lain :

1. Meninjau ulang tentang program dan kebijakan dalam pengembangan usaha pada sektor pariwisata di Kabupaten Maros.
2. Meningkatkan kemampuan dan kualitas sumber daya manusia dengan cara melakukan pelatihan dan pengembangan usaha.

b. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang di miliki perusahaan untuk mengatas ancaman antara lain :

- a. Memfasilitasi ruang usaha dan rasa aman baik para usahawan maupun masyarakat.
- b. Mempertahankan kualitas mutu produksinya

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada antara lain :

- a. Meningkatkan kemitraan pemerintah dengan para usahawan.
- b. Pemerintah memasang instrumen alat komunikasi pemasaran
- c. Pemerintah memberikan soft skill berupa pelatihan keterampilan kepada para pelaku ekonomi kreatif.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta dan menghindari ancaman, antara lain :

- a. Meningkatkan dan megoptimalkan sarana dan prasarana di Pariwisata di Kabupaten Maros.
- b. Memperbaiki pengelolaan pelaku ekonomi kreatif yang lebih baik.

Memanfaatkan teknologi , informasi dan komunikasi dalam proses promosi

**A. Pembahasan Penelitian**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupayen Maros berperan dalam upaya memperkuat jati diri dan karakter masyarakat yang berlandaskan pada nilai-nilai leluhur dan menjadi landasan pelaksanaan pembangunan kebudayaan dalam pelaksanaan pembangunan daerah, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros menyelenggarakan fungsi perumusan kebijakan

daerah, kebijakan pelaksanaan, dan kebijakan teknis di bidang kebudayaan telah berperan penting dalam peningkatan pemahaman keragaman budaya, serta pengembangan interaksi antar budaya, sementara itu dalam pembangunan keparawisataan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros berperan sebagai penyelenggaraan pembangunan keparawisataan yang terintegrasi dalam pembangunan daerah yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama dan budaya yang hidup didalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat.

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analisis tentang peluang pertumbuhan, dukungan, dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Pada pengembangan usaha pada pariwisata di Kabupaten Maros dengan diterapkannya ekonomi kreatif pada tahun 2017 di mana kita ketahui bahwa ekonomi kreatif adalah suatu penciptaan nilai tambah (ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan) berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang yang kreatif) termasuk warisan budaya dan teknologi hal ini untuk memicu kreativitas dan inovasi atau memunculkan ide-ide baru dalam pengembangan usaha dengan melihat potensi yang di Kabupaten Maros yang sangat besar sehingga Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros membuat program dengan sosialisasi di sertai dengan pendataan siapa-siapa pelaku ekonomi kreatif kemudian dilakukan pemetaan selanjutnya diadakannya workshop manajemen usaha, pameran, atraksi, pekan ekonomi kreatif dan mengikuti event-event selain itu menanyakan kepada para pelaku ekonomi kreatif tentang kebutuhan yang mereka butuhkan.

Pada penelitian ini menjelaskan beberapa aspek yaitu aksesibilitas, atraksi, fasilitas atau infrastruktur, kemudian sumber daya yang dimilikinya, dimana pada aspek aksesibilitas ini hampir semua kawasan wisata dapat di tempu dengan mudah menggunakan transportasi darat maupun transportasi air terkecuali kawasan wisata yang jaraknya sangat jauh, dan mengenai tempat pembangunan usaha pemerintah telah menyiapkan dengan memberlakukan surat izin bila berada dalam kawasan wisata, pada aspek infrastruktur sudah baik dengan fasilitas dan keamanan yang di tingkatkan sedangkan pada sumber daya manusianya setiap pegawai yang di tempatkan sudah memiliki pengalaman dibidang yang mereka kerjakan.

Pada penelitian Nurchayati dan Andalan dengan judul *Strategi Pengembangan Industri Kreatif sebagai Penggerak Destinasi Pariwisata di Kabupaten Semarang*, dari hasil penelitian yang mereka dapatkan bahwa di Kabupaten Semarang sudah memiliki potensi industri kreatif namun industri kreatif sebagai penggerak destinasi wisata di Kabupaten Semarang masih belum dapat di implementasikan maka strategi pengembangan yang sebainya diterapkan adalah strategi yang mendukung pengembangan potensi industri, dengan fokus pada pengembangan pengetahuan yang kreatif dan sumber daya manusia. Pada penelitian yang di dapatkan oleh peneliti bahwa pada pengembangan ekonomi kreatif sektor pariwisata di Kabupaten Maros sudah mulai di implementasikan dan pada sumber daya manusia dia menggunakan strategi pengembangan potensi ekonomi dan strategi pengembangan sumber daya manusia (SDM) dengan memilih dengan memberikan dan pelatihan. Pada penelitian Ruzlizzar, Yulinus, dan Abdul Rahman dengan judul *Pengaruh Hubungan Masyarakat pada Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Propinsi Kalimantan Barat dalam Promosi Pariwisata*, dimana dalam hasil penelitiannya pada pengelolaan informasi belum di lakukan secara efektif oleh Humas sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa penyebaran informasi dengan memanfaatkan internet dengan membuat situs web, Facebook dan aplikasi lainnya yang di gunakan sebagai penyebar informasi.



Pada penelitian Caria Ningsih dengan judul *Sinergitas Industri Kreatif Berbasis Pariwisata dengan Strategi Pembangunan Industri Nasional Menuju Globalisasi*, dari hasil penelitiannya bahwa sinergitas seluruh penyokong industri, baik dari segi ketersediaan bahan baku, sarana dan prasarana pendukung tenaga kerja yang berkualitas, sedangkan hasil penelitian dari peneliti menunjukkan bahwa infrastruktur yang mendukung dalam pengembangan usaha.

## **Kesimpulan**

1. Pada faktor eksternal terdapat peluang hasil produksi yang mengalami perkembangan selain itu kebijakan dan program yang mendorong penataan dan pemberdayaan masyarakat, sedangkan pada ancamannya masih ada beberapa aksesibilitas yang sulit di tempuh.
2. Pada faktor internal terdapat suatu kekuatan dimana terdapatnya peraturan pemerintah dan instansi yang menangani tentang pengembangan usaha ekonomi kreatif, sedangkan pada kelemahannya pada pengelolaan dan pemasaran.
3. Ekonomi kreatif sudah dapat di terapkan di Kabupaten Maros melihat pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif sudah mulai dilaksanakan pada tahun 2017 dengan adanya suatu sosialisasi, workshop manajemen wirausaha, pameran, pekan ekonomi kreatif dimana setiap jenis usaha memiliki ciri khas Kabupaten Maros dan mengenai tempat usaha pemerintah telah menyiapkan tempat bagi pelaku usaha pada bagian promosi dilakukan dengan penyebaran informasi melalui sosial media, dan pada aksesibilitas dalam menempu perjalanan ke kawasan wisata hampir semua sudah memiliki perjalanan yang baik kecuali jaraknya sangat jauh dari kota, infrastruktur dan keamanan yang sudah mendukung dengan penjagaan dari satpam dan satpol PP. Ekonomi kreatif sudah bisa di kembangkan di Kabupaten Maros melihat dengan banyaknya potensi yang ada pada sektor Kabupaten Maros.

## **Daftar Pustaka**

- Amir M. Taufik. *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Amirullah. 2015. *Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Amir Muhammad Faisal. 2014. *Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Agung I Gusti Ngurah. 2014. *Manajemen Penyajian Analisis Data Sederhana*. Jakarta : PT. Grafindo Persada.
- Anhar Zuhdi Syaiful. 2017. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur di Dusun Karanglo Desa Sukuharjo Kabupaten Sleman)*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Afsari Khaerunnisa. 2017. *Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Pengandara (Studi Kasus di Kabupaten Pengandaran)*. Bandar Lampung : Universitas Lampung.
- Bandur Agustinus. 2016. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Mitra Wacana Media.

- Caria Ningih. 2014. *Sinergitas Industri Kreatif Berbasis Pariwisata dengan Strategi Pembangunan Industri Nasional menuju Globalsasi*. Jurnal Manajemen Resort & Leisure Vol. 11, No. 1, April 2014
- Dzikri Prakarsa Putra, M. Rhida Alhamdani, Ivan Gunawan. 2013. *Pusat Industri Kreatif di Kota Pontianak*. Jurnal Online Mahasiswa Arsitektur Vol. 1 No. 1, Maret hal 1-12
- Deddy Prasetya Maha Rani. 2014. *Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur, (Studi Kasus : Pantai Lombang)*. Jurnal Politik Muda Vol.3 No. 3, Agustus-Desember 2014 hal 412-421.
- David dan Thomas. 1996. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Maros.
- Gunawan Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Ekonomikreatif>
- Hendro. 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta : PT Glora Aksara Pratama.
- Kuncoro Mudrajad. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif?*. Jakarta : PT Glora Aksara Pratama.
- Kuncoro Murajad. 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 2 Jakarta : Erlangga.
- Muljadi AJ. 2010. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta : PT. RajaGrafindo.
- Muhammad Rakib. 20017. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Penunjang Daya Tarik Wisata*. Jurnal Kepariwisata Vol. 1 No. 2, Agustus hal 54-69.
- Noor Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT Kharisma Putra Pratama.
- Nurchayati dan Andalan. 2016. *Strategi Pengembangan Industri Kreatif Sebagai Penggerak Destinasi Pariwisata di Kabupaten Semarang*. Semarang : Jurnal Ekonomi 810-819.
- Oka A. Yoeti. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Ruslizar, Yulius Yohanes, Abdul Rahim. 2014. *Fungsi Hubungan Masyarakat Pada Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Provinsi Kalimantan Barat Dalam Promosi Pariwisata*. Pontianak : Jurnal Tesis PMSI-UNTAN-PASIAN 1-6
- Rangkuti, F. 2005. *Analisis SWOT Teknik Membeda Kasus Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Syamsudin Noor. 2014. *Penerapan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang (Studi Kasus pada PT Astra International Tbk)*. Jurnal INTEKNA No. 2, November hal 102-209.S
- Salusu. 1996. *Pengambilan Keputusan Strategy*. Jakarta : PT Grasindo.
- Solihin Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta : PT Glora Aksara Pratama.

- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tanjung Bahdin Nur. 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana.
- Umar Husein. 2014. *Metodologi penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*, edisi 2. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Purnomo Rachmat Aldy. 2016 *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta : Ziyad Visi Media.
- [www.komenpar.go.id](http://www.komenpar.go.id)
- [www.visitmaros.com](http://www.visitmaros.com)
- Yusuf Muri.2013 *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, penelitian gabungan*. Jakarta : PT Fajar Interpratama Mandiri .